新媒体技术提高科技期刊竞争力的策略研究

摘　要：新媒体技术的繁荣发展使纸质科技期刊的影响力及传播力受到一定程度的制约，尽管我国科技期刊并未完全的普及新媒体技术应用，但主流传播途径已经成为新媒体。因此，科技期刊应充分利用新媒体技术，促进自身竞争力提高，进而提高传播力及影响力。本文在介绍新媒体技术为科技期刊带来的机遇与挑战的基础上，分析了基于新媒体技术提高科技期刊竞争力的策略，旨在为其他学术期刊应用新媒体技术提供参考。

关键词：新媒体技术；科技期刊；竞争力；策略
中图分类号：G624　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）03-026-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.03.009

文 / 朱俊峰

前言

在逐步普及互联网技术过程中，深远且巨大地变革了信息传播领域，不仅丰富了信息传播手段，且使传播速度加快，而且受众也被重塑。科技期刊是传播科学知识的重要载体之一，传播环境必然会对传播力产生影响，新媒体技术改变传播环境后，冲击了科技期刊的发展，但也为科技期刊竞争力的提高注入了新的活力。在此背景下，科技期刊应有效地运用新媒体技术，不断提高自身的竞争力，促进自身的可持续发展。

1. 新媒体技术为科技期刊带来的机遇与挑战

1.1 机遇

从优势方面看，内容为科技期刊的优势之一。网络环境下，海量信息导致信息过载，与能够承受的、需求的信息量相比，受众显然接受了更多的信息量，造成信息选择及利用效率变差。站在受众的角度，当信息不再能帮助其发现真相，甚至阻碍其认识真实世界时，信息数量将会失去其存在的意义，此种情况下，受众往往对可靠、有用的信息更加需求，而受众倾向的获取信息的来源则成为“权威性”的内容[1]。科技期刊的学术平台非常专业，作者队伍也十分强大，保证了其内容的高质量及专业性，能够为受众提供其所需求的科技信息。此外，新媒体并不具备高的准入门槛，传统科技期刊可对新媒体技术做出充分的利用。对于新媒体的内容来说，绝大部分来源于用户，正因如此，传统科技期刊可以新媒体作为传播平台，与客户及受众间实现有效的沟通，进而促进自身的发展。

1.2 挑战

在信息传播速度方面，传统科技期刊无法抗衡新媒体。互联网传播信息时，属于即时发布，而传统科技期刊的出版周期多为半月刊、月刊，甚至部分出版形式为季刊，此种出版形式在一定程度上弱化了信息传播的时效性。传统科技期刊呈现内容时，以文字、图片为主，比较单一，而新媒体传播信息过程中除了这两种手段外，还可利用视频、音频等，传播形式丰富多样，自然更加吸引受众。传统科技期刊很大程度上属于单向传播，受众较少参与其信息传播过程，而新媒体双向互动的特点必然会分流受众，影响科技期刊的传播。

2. 基于新媒体技术提高科技期刊竞争力的策略

2.1 转变办刊理念，提高编辑素养

科技期刊应认识到，新媒体技术除了是一种操作技术外，还代表着一种理念，即内容通过在多平台的横跨式流动，对技术、产业等领域的变迁做出描述。也就是说，在新媒体环境下，科技期刊应充分认识到，不仅要利用新媒体技术实现自身的发展，还要在文化融合与社会发展中积极地发挥自身的作用。《河南科学》在应用新媒体技术的过程中，以编辑素养的提高为切入点，促进自身办刊理念的转变，最终达到竞争力提升的目的。《河南科学》转变编辑工作时，主要从以下几方面进行[2]：

合理定位编辑，对编辑主导地位逐步淡化。以往，《河南科学》运作时，负主要责任的为编辑，尤其是责任编辑，在整个科学传播活动中，编辑处于主体地位，此种模式尽管能够使期刊标准化、规范化、科学传播准确化得到保证，但新媒体促使科学传播互动的参与人员更加复杂、多元。单纯从采编架构方面看，企业组织架构具备互联网属性时，集权模式并不适合，而是要采取平行竞争结构。展开来说，新媒体包含海量的信息，且向所有受众开放，由此促使科学传播互动参与人员中开始出现受众。针对此种变化，《河南科学》仅对编辑必要的程序性责任作出保留，其主体地位淡化，鼓励编辑给予受众相应的引导，让受众参与到自身的运行中。

督促编辑提升自身的综合素养。《河南科学》在基于新媒体技术转变办刊理念过程中，勇于打破传统限制，鼓励编辑多接触岗位需求以外的其他边缘学科的知识，并定期举办培训班、学习班等，促进编辑知识结构更加丰富。同时，《河南科学》还带领编辑学习各种新媒体技术，增强编辑使用新媒体的能力。

2.2 打造精品数字传播平台，树立品牌网络形象

现阶段，受众进行需求资料的查阅与下载时，多在中国知网、北京万方、重庆维普三大中文期刊数据库中进行。然而，这三大中文期刊数据库中收录的文章仅有中文的，当受众有查阅外文资料需求时，并不能满足。此种背景下，科技期刊可依托自身的内容，搭建属于自己的期刊数据库，上传丰富的科学知识及相关信息，并与国内外相关的学术网站、科研机构等建立链接，便于受众的使用，由此一来，科技期刊的影响力、竞争力自然会升高[3]。《上海交通大学学报（自然科学版）》近年来开始进行数据库的建设工作，数据库中收录了所有的文章内容，还与国内学术网站、国外相关的免费网站建立链接，供用户查阅需求的中英文资料；同时，《上海交通大学学报（自然科学版）》采取了优先数字化出版策略，即用户投稿内容确定可以发表后，在建设的数字数据库中优先发表，此种做法不仅提高了科学信息的传播速度，也能够吸引更多的受众认可期刊，最终实现整体竞争力的提升。

随着互联网技术的飞速发展，逐渐地拓宽了社交软件的应用范围。当前，主流的通信工具为微信和 QQ，二者均属于网络在线即时通讯工具，拥有庞大的受众及使用群体。科技期刊编辑部同样也利用微信、QQ 进行对外联系工作，工作效率及工作质量明显升高，使科技期刊的品牌影响力显著增强。《航空科学杂志》编辑部近几年来一直通过 QQ 与作者联系，编辑部利用 QQ 的建群功能建立了相应的读者群，为读者交流、信息反馈等提供了良好的平台，拉近了期刊与作者之间的距离，有利于忠实读者群体的形成。除 QQ 外，《航空科学杂志》还开始利用微信、微博等，增加传播及交流渠道，逐步树立良好的品牌网络形象。

2.3 合理分配内容资源

目前，新媒体平台数量众多，每个平台的特征各不相同，科技期刊在新媒体平台发布消息时，只有消息与平台特征相符合才能为受众提供更具针对性的服务。例如《科学世界》，统计其 7d 内在微博、微信、博客平台中发布的信息数量发现，博文共发布 4 篇，其中，刊物内文章 3 篇、原创博文 1 篇；微博共发布 27 条，原创微博有 18 条，剩余 9 条为转发的微博、介绍博客内容的微博；微信平台推送的消息共 4 条；而在内容方面，博客中发布的文章多具有较长的篇幅，能够呈现出期刊文章的全部内容，微博内容存在 140 字的限制，要精准地概括出发布内容的主旨大意，以能与受众碎片化阅读的特点相符合；微信平台发布内容的长度略长于微博，可结合图片、视频等，适合移动阅读。《科学世界》在上述三个平台发布内容时，是与平台特征相符合的，此种做法将会促进信息传播范围的拓宽，从而吸引更多的受众，提高自身的竞争力。

2.4 准确定位新媒体技术功能

网络时代，信息传播必须以内容取胜。因此，科技期刊利用新媒体传播信息时，要能准确定位新媒体的技术功能，科学地选择传播内容，以灵活、简洁的方式向受众传递他们最需要、最想要的信息，而不是将纸质期刊内容全文照搬[4]。科技期刊要勇敢尝试，先进行模仿、学习，再在实践中通过原创形成自身独特的品牌，促进自身核心竞争的提高。《电工电气》是典型的传统科技期刊，出版内容有限、出版时滞等问题存在于其发展过程中，而且在新媒体冲击下，这些问题越发明显地显现出来。以往，《电工电气》以投稿邮箱作为主要的稿件传递方式，新媒体环境下的 QQ 约稿、微信约稿等方式严重的冲击了其来稿方式。《电工电气》从征稿开始，要历经 4 个月的时间才能印刷发行，出版时间滞后的问题使该刊的读者出现大幅度的流失，使其发展受到极大的影响。《电工电气》为改变自身的此种发展现状，积极、深入地研究新媒体之后，将自身的传统传播形式创新性地融合新媒体，大力发展新媒体平台开发与推广工作，并招聘专业人才。随后，独立域名官网、在线投稿系统、官方微博、微信公众号等相继建立，同时，还在微信公众号中创办了独具本刊特色的栏目，如“期刊导读”“聚焦推荐”等，吸引了一大批受众，实现了自身的良好发展。

结语

新媒体环境下，科技期刊要准确掌握各平台的特点，结合自身优势，打造多元化的网络传播环境，提高自身的竞争力，实现自身的可持续发展。媒

参考文献

[1] 胡德霖，成燕玲，李春雷，等 . 借助新媒体传播优势提升科技期刊自身传播力的策略研究 [J]. 江苏科技信息，2017，（19）：11-15.

[2] 谭彩霞，朱宝 . 林媒介融合背景下科技期刊品牌竞争力的提升策略 [J]. 出版广角，2015，（11）：66-68.

[3] 厉亚，郭蔚 . 程晓峰新媒体条件下提升科技期刊文化软实力对策研究——以湖南省科技期刊为例 [J]. 科技与出版，2016，（04）：89-92.

[4] 朱晓华，袁丽华，王岱，等 . 中文科技期刊建设特色品牌栏目的途径——以《地理研究》“观点与争鸣”栏目为例 [J]. 中国科技期刊研究，2016，27（12）：1321-1327.

（作者单位：中国农业科学院茶叶研究所）